स्वामी रामानंद तीर्थ मराठवाडा विद्यापीठातील मानव्य विद्याशाखेअंतर्गत

" राज्यशास्त्र " विषयातील विद्यावाचस्पती पदवी करिता सादर करावयाचा

शोध प्रबंधाचा प्राथमिक आराखडा.

(Synopsis)

स्वामी रामानंद तीर्थ मराठवाडा विद्यापीठ, नांदेड.

"भारताच्या निवडणूक प्रक्रियेत समाजमाध्यमांची भूमिका : एक समीक्षात्मक अभ्यास"

संशोधक

रामेश्वर मारोती कंधारे

मु.पो.चोंडी.ता.मुखेड.जि.नांदेड

मार्गदर्शक

प्रा. डॉ. माधव माणिकराव चोले

राज्यशास्त्र विभाग

देगलूर महाविद्यालय देगलूर, जि. नांदेड.

राज्यशास्त्र संशोधन केंद्र

देगलूर महाविद्यालय, देगलूर, जि. नांदेड.

डिसेंबर २०२४

"भारताच्या निवडणूक प्रक्रियेत समाजमाध्यमांची भूमिका : एक समीक्षात्मक अभ्यास"

प्रास्ताविक :-

भारत हा जगातील सर्वात मोठा लोकशाही असलेला देश आहे. इ. स. पूर्व सहाव्या ते चौथ्या शतकाच्या दरम्यान भारतात प्रारंभिक स्वरूपाची लोकशाही अस्तित्वात होती. आजचे युग हे लोकशाहीचे मानले जाते. जगातल्या बहुसंख्य देशांनी लोकशाहीचा स्वीकार केला आहे. लोकशाहीस काही प्रमाणात पूरक असे प्रयोग प्राचीन ग्रीसमधील नगरराज्यांत, विशेषतः अथेन्समध्ये, इ. स. पू. पाचव्या शतकात झाले. अथेन्समध्ये महत्त्वाचे निर्णय अंमलात आणणारी एक समिती होती. तिचे सभासद व राज्याचे अधिकारी लोकांकडून निवडले जात असत. न्यायनिवाडासुद्‌धा सर्व नागरिक एकत्र येऊन करीत. प्रत्येक नगरराज्याच्या घटनात्मक प्रगतीचे मूलप्रवाह आणि प्रातिनिधिक स्वरूप पाहिले असता असे दिसते की, या नगरांचे नागरिकत्व काही थोड्या लोकांपुरतेच मर्यादित होते. स्त्रियांना आणि गुलामांना मतदानाचा अधिकार नव्हता. सर्व पदांवर उच्चवर्गीय पुरूष निवडले जात. त्यामुळे कोणताही अधिकार व हक्क नसलेले लोक उच्चवर्गीय नागरिकांपेक्षा कितीतरी पटीने जास्त होते. या मर्यादा लक्षात घेऊन अथेन्समध्ये लोकशाही राज्यपद्‌धतीची बीजे आढळतात. तथापि सर्वच ग्रीक नगरराज्यांनी लोकशाहीचा स्वीकार केल्याचे दिसून येत नाही. प्लेटो आणि ॲरिस्टॉटल हे दोन ग्रीक विचारवंत आहेत. प्लेटोने लोकशाहीला सैद्‌धांतिक तत्त्वांवर विरोध दर्शविला आहे. त्याच्या मते लोकांकडे नीतिमत्ता आणि बौद्‌धिक क्षमता नसेल, तर लोकशाही यशस्वी होणार नाही, मात्र प्लेटो धनिकशाही किंवा हुकूमशाहीपेक्षा लोकशाही श्रेष्ठ आहे; असे स्पष्ट मत मांडतो. याउलट ॲरिस्टॉटलने या संकल्पनेला सहानुभूती दर्शविली आहे. त्याने राज्याचे वर्गीकरण तेथील सत्ताधाऱ्यांच्या संख्येवरून राजेशाही, उमरावशाही व लोकशाही असे केले आहे. लोकशाहीतील सत्तेचा उपयोग लोकहितार्थ केला जावा व नागरिकांनी प्रत्यक्षपणे राज्यकारभारात सहभागी व्हावे, अशी त्याची अपेक्षा होती.

ग्रीकांप्रमाणे प्राचीन रोमनांनी प्रजासत्ताकद्वारे रोममध्ये लोकशाहीचा प्रयोग केला. सीनेट ही प्रतिष्ठेची व लोकनियुक्त संसदसदृश सभा होती. त्यामध्ये प्रथम उमराव घराण्यातील कुलीन पुरूषांना मतदानाचा हक्क होता. प्रथम निवडून आलेला एक काउन्सेल प्रशासनाचा प्रमुख असे. पुढे दोन काउन्सेल निर्माण करण्यात आले. आणि त्यानंतर इ. स. पू. पहिल्या शतकात ट्रायमव्हरेट हे तीन सत्ताधाऱ्यांचे मंडळ अस्तित्वात आले. पुढे अनेक वर्षांच्या संघर्षानंतर सामान्य लोकांना (प्लिबीअन) शासकीय प्रक्रियेत भाग घेण्याचा हक्क प्राप्त झाला. सीनेटप्रमाणे यांची दुसरी सभा अस्तित्वात आली. रोमनांनी लोकशाही तत्त्वांचा नेहमी आदर केलेला आढळतो.

प्राचीन ग्रीस व रोमप्रमाणे भारतातही काही प्रदेशांत साक्षात लोकशाहीचा प्रयोग झाला होता. वेदोत्तर काळापासून गुप्तकाळापर्यंत राजाविरहित गणराज्ये होती. त्यांचे उल्लेख जैन, बौद्ध साहित्यातून तसेच महाभारत, कौटिल्याचे अर्थशास्त्र, ऐतरेय ब्राम्हण आणि ग्रीक लेखकांच्या वृतांतून मिळतात. गणराज्यांच्या काही मुद्राही मिळाल्या आहेत. यांतील बहुतेक गणराज्ये बिहार, सिंधू नदीचे खोरे आणि वायव्य प्रांत या भागांत होती, असे म्हटले जाते. जवळजवळ २४०० वर्षांपूर्वी इ.स पूर्व ४२२ मध्ये ग्रीक विचारवंत क्लेऑन (Cleon) याने 'जे शासन लोकांनी, लोकांसाठी व लोकामार्फत असते ते ते सर्व म्हणजे लोकशाही असे म्हटले आहे'. आधुनिक काळात हीच लोकशाहीची व्याख्या अब्राहम लिंकनने केली आहे. अब्राहम लिंकनच्या मते, "लोकांचे, लोकांनी आणि लोकांकरिता चालविलेले शासन म्हणजे लोकशाही शासन होय".

लोकशाही शासन व्यवस्थेत प्रत्येक व्यक्तीचा सहभाग असतो. या लोकशाहीमध्ये लोक आपल्या प्रतिनिधीला निवडून देतात. निवडून दिलेला प्रतिनिधी लोकांच्या कल्याणाचा विचार करून शासन व्यवस्थेत सहभागी होतो. यावरून लोकशाहीचे दोन प्रकार पडतात १) प्रत्यक्ष लोकशाही २) अप्रत्यक्ष किंवा प्रतिनिधिक लोकशाही.

ज्या शासन पद्धतीमध्ये राज्याचे सर्व नागरिक शासन कारभारामध्ये प्रत्यक्षपणे भाग घेतात. त्याकरिता एका विशिष्ट दिवशी एकत्र जमतात. विचार

विनिमय करतात व शासनाचे धोरण ठरवितात. तिला प्रत्यक्ष लोकशाही असे म्हणतात. प्रत्यक्ष लोकशाहीचा हा प्रकार प्राचीन ग्रीक नगर प्रचलित होता. उदा. अथेन्स

अप्रत्यक्ष किंवा प्रातिनिधिक लोकशाहीत जनता आपले प्रतिनिधी विशिष्ट कालावधीसाठी निवडून देतात. या प्रतिनिधीच्यामार्फत शासनाचा कारभार चालविला जातो. राज्याची सार्वभौम सत्ता लोकप्रतिनिधीच्या कायदेमंडळामार्फत वापरली जाते. या लोकशाहीला अप्रत्यक्ष किंवा प्रातिनिधीक लोकशाही असे म्हणतात.

आधुनिक काळात इंग्लंड या देशात सर्वप्रथम प्रातिनिधीक लोकशाहीचा अवलंब करण्यात आला आहे. भारतानेही प्रतिनिधिक लोकशाहीचा स्वीकार केला आहे. भारत १९४७ मध्ये स्वातंत्र्य झाल्यावर भारताने १९५० मध्ये लोकशाहीचा स्वीकार केला. भारत हे जगातील सर्वात जास्त लोकसंख्या असलेले लोकशाही राष्ट्र आहे. भारताने संसदीय लोकशाही शासन पद्‌धतीचा स्वीकार केला असून संसदीय शासनपद्‌धतीत कायदेमंडळ व कार्यकारी मंडळ यांच्यात निकटचा संबंध असतो. कायदेमंडळाची निवड प्रत्यक्ष जनतेमार्फत केली जाते. कार्यकारी मंडळाची निवड कायदेमंडळातून केली जाते. कार्यकारी मंडळाचे सभासद कायदेमंडळाचेही सभासद असतात. कार्यकारी मंडळाने कायदेमंडळाचा विश्वास गमावल्यास कार्यकारी मंडळास राजीनामा द्‌यावा लागतो. म्हणजे कार्यकारी मंडळ कायदेमंळास जबाबदार असते. इंग्लंड व भारत हे संसदीय शासनव्यवस्थेचे फार चांगले उदाहरण आहे. येथे कायदेमंडळात बहुमत प्राप्त करणारा पक्ष शासनात सत्तारूढ होतो. तो कायदेमंडळात जबाबदार असतो. पंतप्रधान व त्याच्या नेतृत्वातील मंत्रिमंडळ कार्यकारी मंडळ म्हणून काम करते. ह्या कार्यकारी मंडळावर अविश्वास ठराव पास करून त्याला पदच्युत करण्याचा अधिकार कायदेमंडळास असतो. भारतामध्ये स्थानिक पातळीपासून ते केंद्र पातळीवर खुल्या व मुक्त वातावरणात निवडणुका घेतल्या जातात. भारतीय लोकशाहीचे वैशिष्ट्ये म्हणजे सार्वत्रिक प्रौढ मतधिकाराचा स्वीकार आपण स्वातंत्र्यानंतर केला आहे.

स्वातंत्र्यानंतर १९५२ मध्ये पहिली सार्वत्रिक निवडणूक झाली. या निवडणुकीसाठी सार्वत्रिक प्रौढ मताधिकाराचे तत्त्व प्रथमच प्रत्यक्षात आले. त्यामुळे १७ कोटी ३० लाख नगरिकांना मताधिकार प्राप्त झाला. निर्वाचनाचे तत्त्व प्रत्यक्ष व्यवहारात आणण्यासाठी भारतीय संसदेने अनेक कायदे पास केले. त्यात लोकप्रतिनिधित्व कायदा-१९५०, लोकप्रतिनिधित्व कायदा-१९५१, परिसीमन आयोग कायदा-१९५२, राष्ट्रपती व उपराष्ट्रपती निर्वाचन कायदा-१९५२, मतदान नोंदी कायदा-१९६० असे महत्त्वपूर्ण कायदे करण्यात आले आहेत.

देशामध्ये न्याय्य आणि भयमुक्त वातावरणात निवडणुका घेण्यासाठी भारतीय संविधानाच्या १५ व्या भागात कलम ३२४ ते ३२९ मध्ये स्वतंत्र व निःपक्षपाती निवडणूक आयोगाची तरतूद करण्यात आली आहे. भारतीय निवडणूक आयोग हा स्थायी आयोग असून संविधानाने संसद, राज्य व केंद्रशासित प्रदेशातील विधिमंडळे राष्ट्रपती, उपराष्ट्रपती, तसेच स्थानिक स्वराज्य संस्थांच्या निवडणुकीचे नियंत्रण व संचालन ही सर्व प्रक्रिया निवडणूक आयोगाकडे सोपविली आहे. ही प्रक्रिया भारताने इंग्लंडकडून स्वीकारली आहे. भारतातील सर्व निवडणुकीचे संचालन व नियंत्रण केंद्रीय निवडणूक आयोगाच्या नियंत्रणाखाली चालते. केंद्रीय निवडणूक आयोग व राज्य निवडणूक आयोग व जिल्हा निवडणूक आयोग अशी एकात्मक स्वरुपाची निवडणूक यंत्रणा आपल्या देशात आहे.

समाज माध्यमे आणि निवडणुकीचे राजकारण :-

मीडिया म्हणजेच समाज माध्यम, संपर्क क्रांतीनंतर प्रचंड प्रमाणात उपयोगात आलेली, नावाजलेली गोष्ट. २१व्या शतकात ही माध्यमक्रांती घराघरात घुसलीच नव्हे, तर जीवनाचा भागच बनली आहे. 'मीडिया' म्हणजे केवळ बातमीपत्रे नव्हे. वृत्तपत्रे, दूरचित्रवाणी, रेडिओ, चित्रपट, लघुपट, नाटक, ऑडिओ, व्हिडीओ, इंटरनेट, कथा-कविता आदि साहित्य, सर्व प्रकारची प्रसारमाध्यमे हे सर्व माध्यमांचाच भाग आहेत. परंतु मीडिया म्हटले की, बातमीपत्र मग ते प्रिंट असो की दृकश्राव्य असो. एखादी घटना, घडामोडी इतरापर्यंत पोहोचविणे; म्हणजेच माध्यमाचा वापर करणे. त्यामुळेच माध्यमांना विशेष महत्त्व प्राप्त झाले. भारतात माध्यमांचा विकास इ.स.

१५०० आणि १६०० मध्ये झाला. धार्मिक साहित्याचे प्रकाशन करण्यासाठी ईसाई मशिनरीच्या लोकांनी भारतात प्रिटिंग प्रेस आणली. भारतात पहिले वृत्तपत्र २९ जानेवारी १७८० रोजी इंग्रज अधिकारी जेम्स ऑगस्टस हिकी याने सुरू केल्याचे मानले जाते. कोलकता येथे त्याने 'कलकत्ता जनरल 'ॲडव्हर्टायझर' या नावाने साप्ताहिक सुरू केले होते. तेच 'हिकीज बेंगाल गॅझेट' म्हणून ओळखले जाते. याचा भारतीय राजकारणात नकळतपणे प्रभाव पडला. त्यामुळे भारतात वृतपत्राचे जाळे वाढत गेले. मुंबई, बंगाल, मद्रास इत्यादी प्रांतामध्ये विविध वृतपत्रे निघाली. त्यामुळे जनसंपर्क क्षेत्राला नवी दिशा प्राप्त झाली. त्यामुळे भारतात राजकारण व समाजकारण वाढले. परिणामी भारतात समाज माध्यमांची भूमिका वाढत गेली.

समाजमाध्यमे आणि राजकारण यांचा अत्यंत जवळचा संबंध आहे. राजकारणातील सर्व नियोजनात समाजमाध्यमांशी संबंधित बाबींसाठी स्वतंत्र म्हणून 'जनसंपर्क विभाग' असतो. हा विभाग संबंधित राजकारण्याचे प्रसिद्धीच्या संबंधित बाबींचे नियोजन करतो. आणि निवडणूक प्रक्रियेचा लेखजोखा मांडत असतो. यामुळे निवडणूका राजकारण आणि निवडणुकीचा प्रचार या संज्ञा एकमेकांवर अवलंबून आहेत. चालू सरकारचा कार्यकाळ पूर्ण होत आला की निवडणूका राबविल्या जातात, यामधून प्रचाराचा मुद्दा पुढे येतो. प्रचारास सुरवात झाली की निवडणूक मोहीम सुरू होते. या निवडणूक प्रचारादरम्यान सोशल मीडियाचा वाढता प्रभाव लक्षात घेता निवडणूक आयोगाने ऑक्टोबर २०१३ मध्ये निवडणुकी दरम्यान सोशल मीडियासाठी नियमावली तयार केली आहे त्यानुसार

१) निवडणूक लढविणाऱ्या उमेदवाराला उमेदवारी अर्ज दाखल करताना आपल्या शपथपत्रात आपल्या सोशल अकाऊंटची माहिती देणे अनिवार्य असेल. ज्या माध्यमातून निवडणुकीसाठी उमेदवाराला आयोगाचे सहकार्य घेता येईल.

२) निवडणूक आयोगाच्या नियमानुसार निवडणुकीत सहभागी होणाऱ्या सर्व उमेदवार राजकीय पक्ष यांना टेलिव्हिजन, केबल नेटवर्क आणि सोशल व इलेक्ट्रॉनिक

मीडियावर आपल्या प्रचारासाठी, निवडणूक आयोगाचे अधिकृत पत्र घेणे आवश्यक आहे.

३) निवडणूक खर्चामध्ये ऑनलाईन प्रसारासाठी केला गेलेला खर्च, त्यात इंटरनेट वेबसाईट आणि महत्त्वाच्या प्रक्रियेवर केलेला खर्च, याचा हिशोब देणे अनिवार्य आहे.

निवडणूक प्रचार :-

निवडणूक प्रचार हा महत्त्वाचा टप्पा आहे. प्रत्येक उमेदवार हा निवडणुकीत आपला उद्देश, जाहीरनामा, वचननामा मतदारापुढे मांडतो. त्याचप्रमाणे मतदारांना प्रभावित करण्यासाठी मान्यता प्राप्त राजकीय पक्षांना निवडणूक आयोग दूरदर्शन किंवा रेडिओवर अशा समाज माध्यमांना प्रचारासाठी वेळ उपलब्ध करून देतात. सध्या तर सोशल मीडियाच्या माध्यमातून उमेदवार आपला खूप मोठ्या प्रमाणात प्रचार करताना दिसून येतात.

निवडणूक प्रचाराचा मतदार व्यवहारावर मोठ्या प्रमाणात प्रभाव पडतो. आजच्या काळात जनसंपर्क माध्यमे अतिशय प्रभावी झाली आहेत. ज्या पक्षाचा प्रचार प्रभावी होतो त्या पक्षाची निवडणूक जिंकण्याची संधी वाढते. त्यामुळे वृत्तपत्र, रेडिओ, टेलिव्हिजन द्वारा, निवडणूक सभाद्वारे सर्व पक्ष प्रचार करतात. १९८९ च्या निवडणुकीनंतर प्रचारामध्ये कॅसेटचा वापर अधिक केला जात होता; परंतु २०१४ च्या सोळाव्या लोकसभा निवडणुकीत भाजप सारख्या राजकीय पक्षाने इलेक्ट्रॉनिक्स मीडियाच्या माध्यमातून लोकांच्या मनामध्ये पोहोचण्यासाठी 'अच्छे दिन आने वाले है', 'सबका साथ सबका विकास', 'कुठे नेऊन ठेवला महाराष्ट्र माझा' घोषणाच्या माध्यमातून मतदाराला प्रवाहित केले आहे. त्याच्या प्रभावाने मतदारांनी आपले मतदान केले आहे.

समाज माध्यमांची भूमिका :-

भारतीय निवडणूक प्रक्रियेत समाज माध्यमांचा वापर २००८ च्या नंतर प्रकर्षाने वाढल्याचे दिसून येते. निवडणुकीमध्ये प्रचार करण्यासाठी वेगवेगळ्या पद्धतीचा वापर केला जातो. त्यात समाज माध्यमे हे महत्वपूर्ण भूमिका बजावतात. आधुनिक तंत्रज्ञानाची वाढलेली व्याप्ती व सर्वसामान्यांना कमी खर्चात मिळत असलेले इंटरनेट सेवा यामुळे समाज माध्यमे तळागाळापर्यंत पोहोचली आहेत. समाज माध्यमे आपल्या जीवनाचा अविभाज्य अंग बनत चालली आहेत. त्यामुळेच निवडणुकीमध्ये कमी कालावधीत, कमी खर्चात हजारो-लाखो लोकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी समाज माध्यम माध्यमांना प्राधान्य दिले जाते. समाज माध्यमांनी सार्वत्रिक निवडणुकीमध्ये प्रचाराचे एक नवे पर्व सुरू केले, असे म्हटले तरीही ते अतिशयोक्ती ठरणार नाही.

निवडणूक प्रचारासाठी समाज माध्यमांचा वाढता वापर पाहता ही समाज माध्यमे योग्यप्रकारे हाताळली जाण्यासाठी निवडणूक आयोगाने नियम तयार केले आहेत, त्याविषयी निवडणुकीच्या कालावधीत राजकीय पक्ष आणि उमेदवारांना आपले विचार मतदारांपर्यंत पोहोचविणे महत्त्वाचे असते. या प्रक्रियेत पूर्वी वृत्तपत्रे, दूरदर्शन, आकाशवाणी, मासिके, ग्रंथ, साप्ताहिक इ. माध्यमांचा मोठ्या प्रमाणात वापर होत असे. तथापि, ही माध्यमे तशी एकतर्फी (वन वे) माहिती प्रसाराची आहेत. आता मात्र समाजमाध्यमांची अर्थात सोशल मिडियाची यात भर पडली आहे. याआधीच्या, म्हणजे २०१४ मधील निवडणुकांपासून तर समाज माध्यम हे एक अत्यंत प्रभावशाली माध्यम ठरले आहे. हे माध्यम अन्य माध्यमांसारखे एकतर्फी नाही, तर दुतर्फी तसेच परस्परसंवादी स्वरूपाचे आहे.

माहिती व तंत्रज्ञानात झालेल्या क्रांतीनंतर २१ व्या शतकाच्या प्रारंभी समाज माध्यमे उदयास आली. आता फेसबुक, युट्यूब, ट्वीटर, इन्स्टाग्राम आदी माध्यमांबरोबरच व्हॉट्स ॲप, फेसबुक मेसेंजर, टेलिग्राम इत्यादी जलद संदेश प्रसार (मेसेजिंग) ॲपचा मोठ्या प्रमाणात वापर केला जातो. या जलद संदेश वहनाचे वैशिष्ट्ये म्हणजे इमेजेस, ऑडिओ, व्हिडिओ तसेच लिखित मजकूर अशा सर्वच

स्वरूपात संदेश तात्काळ मोठ्या लोकसंख्येपर्यंत पोहोचविता येतात. त्यासाठी लागणारा खर्चही अतिशय कमी असतो.

संशोधनाचा उद्देश :-

१) समाज माध्यमांचा निवडणुकीच्या राजकारणावर होणाऱ्या सकारात्मक व नकारात्मक परिणामांचा अभ्यास करणे.

२) समाज माध्यमांवरील चुकीच्या गोष्टींमुळे किंवा अफवेमुळे समाज मनावर व पर्यायाने निवडणुकीवर होणारा परिणाम यांची शहानिशा करणे.

३) समाज माध्यमे रोख रकमेच्या बदल्यात खोट्या माहितीचा जास्त प्रचार करून जनमत बदलण्याचा प्रयत्न करतात का? यांचा अभ्यास करणे.

४) निवडणुकीमध्ये जात, धर्म, वंश, लिंग व जन्मस्थान इत्यादी बाबींचा वापर करून समाजात तेढ निर्माण करून मतांचे ध्रुवीकरण करण्यामध्ये समाज माध्यमांची असलेल्या भूमिकेचा अभ्यास करणे.

५) भारतीय निवडणुकांना समाज माध्यमे कशी प्रभावित करतात? याचा अभ्यास करणे.

६) समाज माध्यमे निवडणुकीच्या काळात आपली भूमिका योग्य प्रकारे बजावतात का? नाही ते अभ्यासणे

संशोधन विषयाची निवड :-

आतापर्यंतच्या संशोधनामध्ये प्रसारमाध्यमाचा जो काही निवडणुकीवरील परिणाम आहे, तो तपासण्यासाठी संशोधन खूप मोठ्या प्रमाणावर झालेले आहे. आतापर्यंत प्रसारमाध्यमाचा निवडणुकीवरील परिणाम यासंबधाने संशोधन तुरळक प्रमाणात झाले आहे. दिवसेंदिवस निवडणुकीमध्ये समाज माध्यमे आमुलाग्र अशी भूमिका बजावताना दिसत आहेत. त्यामुळे समाज माध्यमाचा निवडणूक प्रक्रियेमध्ये कशा पद्धतीने वापर केला जातो, निवडणूक प्रक्रियेत समाज माध्यमे काय भूमिका बजावत असतात, त्याचा साधक बाधक परिणाम कशा पद्धतीने निवडणूक प्रक्रियेवर होत असतो, हे तपासण्यासाठी मी निवडणूक प्रक्रियेमध्ये समाज माध्यमाची भूमिका याचा एक चिकित्सक अभ्यास करावा या हेतूने हा संशोधन विषय निवडला आहे.

संशोधनाची गृहितके :-

१) समाज माध्यमे ही भारतीय निवडणुकीच्या राजकारणामध्ये सकारात्मक आणि नकारात्मक वातावरण निर्माण होते.

२) समाज माध्यमांमुळे जनमत तयार होण्यास पोषक असे वातावरण निर्माण होते.

३) निवडणुकीच्या वेळी मतांच्या ध्रुवीकरणासाठी समाज माध्यमाचा प्रभावी वापर करण्यात येतो.

४) समाज माध्यमांचा वापर करून निवडणुकीत विरोधी उमेदवाराचा अपप्रचार केला जातो.

५) समाज माध्यमांनी निःपक्षपातीपणे आपले जनमताचे कार्य करत लोकशाहीला पोषक वातावरण निर्माण करतात

६) समाज माध्यमातून फसव्या बातम्या मोठया प्रमाणात पसरवल्या जातात.

संशोधनाची व्याप्ती :-

सदरील संशोधन हे समाज माध्यमांचा निवडणूक प्रक्रियेत होणारा प्रभाव तपासण्यासंदर्भात असून यामध्ये विषयाची व्याप्ती भारतातील निवडणूक प्रक्रिया आणि त्यामध्ये होणारा समाज माध्यमांचा वापर, विविध राजकीय पक्ष, सामाजिक संघटना, राजकीय पक्ष आणि संघटना, राजकीय पक्षांना पाठबळ देणाऱ्या संस्था, ज्या निवडणूक प्रक्रियेवर प्रभाव आणि परिणाम करतात, त्या संदर्भाने अभ्यास करण्याच्या हेतूने हा विषय निवडण्यात आलेला आहे या विषयाची व्याप्ती भारत आणि भारतीय निवडणूक प्रक्रिया इतकी आहे.

संशोधनाच्या मर्यादा :-

१) सदरील संशोधन हे भारतीय निवडणूक प्रक्रियेवरील समाज माध्यमाचा परिणाम यापुरता मर्यादित आहे.

२) या संशोधनामध्ये भारताच्या काही निवडक समाज माध्यमांचा मुख्य:त्वाने निवड केली आहे.

३) सदरील संशोधन हे केवळ भारतीय निवडणूक प्रक्रिया व भारतातील समाज माध्यमे यांच्याशी संबंधित आहे. या संशोधनाचा भारतीय भूसीमे बाहेरील निवडणूक प्रक्रिया व समाज माध्यमे यांच्याशी काही कसलाही संबंध नाही.

४) सदरील संशोधन हे निवडलेल्या विषयापुरतेच मर्यादित असून संशोधकाचे कुठल्याही पद्धतीच विस्तृत दावे असणार नाहीत.

५) सदरील अभ्यासासाठी यापूर्वी उपलब्ध असलेल्या संदर्भ साहित्याचा संशोधनासाठी वापर करण्यात येईल.

संशोधन पद्धती :-

प्रस्तुत संशोधनामध्ये भारतीय निवडणूक प्रक्रियेवर समाज माध्यमांचा होणारा परिणाम आणि समाज माध्यमांची निवडणूक प्रक्रियेतील भूमिका अभ्यासण्याच्या हेतूने मी संशोधनाकरिता ऐतिहासिक, तुलनात्मक, वर्णनात्मक आणि सर्वेक्षण या पद्धतीचा वापर करण्याचे ठरविले आहे.

प्रकरणाची मांडणी (रूपरेषा) :-

प्रस्तुत संशोधन हे पाच प्रकरणामध्ये विभागण्यात येईल.

प्रकरण पहिले - **प्रस्तावना**

संबंधीत संशोधन साहित्याचा आढावा

प्रकरण दुसरे - **भारतीय लोकशाही निवडणूक प्रकिया आणि समाज माध्यमे**

१) लोकशाहीची संकल्पना

२) लोकशाहीचा विकास

३) संविधानात्मक लोकशाही

४) भारतीय निवडणूक प्रक्रिया संविधानात्मकता

५) सशक्त लोकशाहीसाठी समाज माध्यमांची भूमिका

प्रकरण तिसरे - **भारतीय समाज माध्यमांची कार्य**

१) समाज माध्यमांचा उदय

२) समाज माध्यमांची संकल्पना

३) समाज माध्यमांचा विकास

४) समाज माध्यमांचे प्रकार

५) समाज माध्यमांची कार्य

प्रकरण चौथे - **भारतीय निवडणुक प्रक्रियेतील समाज माध्यमांच्या भूमिकेचा समीक्षात्मक अभ्यास**

१) समाज माध्यमे आणि समाज

२) समाज माध्यमांच्या वापराचे स्वरूप

३) समाज माध्यमे आणि लोकशाही परस्पर पूरक

४) समाज माध्यमांच्या वापरांची नकारात्मकता व सकारात्मकता

५) समाज माध्यमांचे निडणुकीच्या राजकारणातील भूमिका

प्रकरण पाचवे - **संशोधनात्मक निरीक्षणे**

प्रस्तुत संशोधन आराखडा केवळ योग्य दिशेने संशोधन होण्याकरिता मांडण्यात आलेला आहे. संकल्पित संशोधनविषयाच्या अभ्यासांती संशोधन मार्गदर्शकांच्या पूर्व परवानगीने बदल घडू शकतो.

संदर्भग्रंथ सूची (Bibliography) :-

१) प्रशांत विघे, धर्मेंद्र तेलगोटे - लोकशाही, निवडणूक प्रक्रिया आणि सुशासन - (२०१९) श्री साईनाथ प्रकाशन, नागपूर,

२) पाटील बी. बी - लोकशाही निवडणूका व सुशासन, (२०१८). फडके प्रकाशन कोल्हापूर,

३) टाले विलास - भारतातील निवडणूक प्रकिया अथर्व प्रकाशन जळगाव, (२०२४).

४) अंबेकर अजय - शासन-संवाद, (१९९६)राजहंस प्रकाशन पुणे.

५) कोल्हटकरसंजय,कुलकर्णी प्रसाद - महाराष्ट्रातील प्रसारमाध्यमे काल आणि आज (२००९) डायमंड पब्लिकेशन्स, पुणे

६) निशा मुडे-पवार - वृत्तपत्रीय लेखनाची दोन दशके, (२०१९) - प्रीतम प्रकाशन धारवाड

७) सुधाकर पवार - ओळख:भारतीय वृत्तपत्रसृष्टी - (२००३) रेनबो व्हिला प्रवींद्र कुलकर्णी मानसन्मान प्रकाशन पुणे.

८) बाळ ज. बोठे पाटील - राजकारण आणि माध्यमे - (२०१९) विश्वकर्मा पब्लिकेशन पुणे,

९) तुकाराम जाधव | महेश शिरापूरकर - भारतीय राज्यघटना व घटनात्मक प्रक्रिया, (२०२२) खंड - (१) प्रकाशक : युनिक अँकॅडमी पब्लिकेशन्स् प्रा. लि. पुणे.

१०) श्रीपाद भालचंद्र जोशी - जनसंवाद आणि जनमाध्यम : सैद्धांतिक संकल्पन (२०००) - श्री मंगेश प्रकाशन नागपूर.

संकेतस्थळ (website) :-

१)https://marathi.indiatimes.com/editorial/article/social-media

२)https://en.m.wikipedia.org/wiki/Elections_in_India

३) https://marathi.indiatimes.com

संशोधक

रामेश्वर मारोती कंधारे

देगलूर महाविद्यालय देगलूर.

संशोधक मार्गदर्शक

प्रा. डॉ. माधव माणिकराव चोले

संशोधन मार्गदर्शक, राज्यशास्त्र विभाग

देगलूर महाविद्यालय देगलूर. जि.नांदेड